

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah penulis lakukan mengenai pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada *hand sanitizer* Nuvo pada toko “XYZ”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Gambaran persepsi konsumen terhadap citra merek pada *hand sanitizer* Nuvo berada pada kategori yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek merupakan sesuatu yang penting dalam industri kesehatan (kebersihan) khususnya *hand sanitizer* Nuvo. *hand sanitizer* Nuvo mempertahankan citra mereknya sebagai salah satu perusahaan penghasil *hand sanitizer* yang sudah dikenal luas oleh konsumen di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator Jaminan (*Assurance*) memiliki rata-rata total skor tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa berhasil menciptakan merek yang kuat bagi konsumen. Sedangkan indikator Identifikasi sosial (*Social identification*) merupakan indikator yang paling rendah diantara indikator lainnya dan harus ditingkatkan.
2. Gambaran dari konsumen yang melakukan keputusan pembelian pada produk *hand sanitizer* Nuvo berada pada kategori yang cukup tinggi. Keputusan pembelian memiliki enam indikator, yakni Pilihan produk, Pilihan merek, Pilihan penyalur, Waktu pembelian, Jumlah pembelian, serta Metode pembayaran. Indikator pilihan produk merupakan indikator tertinggi diikuti pilihan penyalur dibandingkan indikator lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasakan manfaat *hand sanitizer* dan kemudahan untuk mendapatkan *hand sanitizer* tersebut.
3. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk *hand sanitizer* Nuvo berada pada tingkat hubungan yang sedang. Koefisien determinasi yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh citra merek serta berpengaruh secara positif. Artinya semakin tinggi citra merek semakin baik keputusan pembelian begitu juga sebaliknya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dipaparkan sebelumnya mengenai pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat menjadi solusi dari permasalahan yang dialami oleh *hand sanitizer* Nuvo, sehingga hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi *hand sanitizer* Nuvo maupun penelitian selanjutnya dalam mengambil keputusan.

1. *hand sanitizer* Nuvo hendaknya terus berinovasi untuk menciptakan produk yang berkualitas sehingga dapat selalu diminati oleh konsumen. Dalam meningkatkan Identifikasi sosial sebagai pemimpin merek pada *hand sanitizer* lainnya perusahaan harus melakukan *market share* yang dibangun melalui *brand awareness* dan *brand image*. Kemudian; *last usage* yang mencerminkan *market share* karena paling banyak dibeli. Ketiga; *future intention*, yang menyiratkan loyalitas konsumen terhadap suatu merek.
2. Dalam meningkatkan keputusan pembelian pada indikator pilihan merek sebaiknya perusahaan melakukan *quality before price*, *innovation before cost*, dan *engagement before sales*.
3. Bagi peneliti-peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang berbeda dengan variabel yang diteliti dalam penelitian ini sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan peneliti menyadari keterbatasan lokasi pada penelitian ini yang hanya untuk cakupan regional Kab.Bandung tidak untuk menjadi referensi cakupan nasional.